



Revista Arte de Bolso¹

Seane Alves MELO²

Anna Carolina DINIZ³

Mileide REIS⁴

Priscila ABREU⁵

Zaíra ALMEIDA⁶

Joanita Mota de ATAIDE⁷

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO – A Revista *Arte de Bolso* traz nova proposta para o Jornalismo impresso no Maranhão, que contém uma política editorial de valorização das produções culturais, especialmente produções populares, e dos agentes que atuam nesta área, mediante a difusão da diversidade das expressões artísticas que se verificam no Estado, haja vista que têm crescido muito, nos últimos tempos, tanto a demanda por produtos culturais, quanto a produção destes. O projeto da mídia aqui apresentado se caracteriza também por se estruturar com as seguintes editorias, dentre outras: agenda semanal das manifestações artísticas e culturais, principalmente da capital; relatos de experiências e configuração de perfis dos que se dedicam a esta área; matérias com destaque às particularidades do patrimônio arquitetônico, costumes e folclore local.

PALAVRAS-CHAVE: revista; política editorial; agenda cultural; produções populares; expressões artísticas.

INTRODUÇÃO

Cada vez mais a cultura popular e a produção cultural ganham espaço na mídia e nos estudos sociais em geral, como resposta a um anseio da população em ver reconhecida sua cultura – seja na dança, no teatro, no artesanato, na música ou em outra expressão. Assim, a revista *Arte de Bolso*, seguindo essa tendência, dá ênfase às produções culturais maranhenses, com vistas a incentivar os artistas locais, ampliar a área de disseminação das opiniões e idéias advindas das classes populares contidas nas suas produções simbólicas, bem como aproximar o público-leitor das produções culturais

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria B Jornalismo B.1.1 Impresso, modalidade processo, como representante da Região Nordeste.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMA, email: seanemelo@yahoo.com.br

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMA, email: carolinasustenido@hotmail.com

⁴ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMA, email: mileide_reis@hotmail.com

⁵ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMA, email: pri_pfofix@hotmail.com

⁶ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMA, email: zaza_almeida@hotmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora de Redação Jornalística I do Curso de Jornalismo da UFMA, e-mail: jo.ataide@ig.com.br



realizadas nas mais diversas regiões do Estado, disponibilizadas na capital, São Luís, considerando que para esta cidade converge grande parte de grupos produtores de cultura.

Visto que a cultura está estreitamente imbricada ao contexto no qual os acontecimentos sociais devem ser descritos, desejamos com esta revista, não um discurso de resgate da cultura popular, e sim a maior difusão das produções locais e o aprofundamento de uma abordagem cultural no jornalismo.

Em consonância com este anseio, procuramos realizar na Arte de Bolso uma sistematização dos acontecimentos relacionados com as produções artísticas e apresentações culturais da capital, dentro do período de publicação de cada edição. Como uma espécie de agenda cultural semanal, que tenha como resultado o reconhecimento do artista e artesão e a valorização da produção simbólica.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Elaborar uma revista que valorize os agentes e as diversas manifestações culturais de caráter local, pondo em ênfase os aspectos que, por motivos diversos, encontram-se, na atualidade, pouco divulgados, além de ambientar um olhar crítico aos elementos que permeiam o conceito e as práticas que se têm sobre a cultura maranhense.

2.2 Objetivos Específicos

2.2.1 Possibilitar ao público interessado pela gama cultural do Maranhão o acesso facilitado ao que se produz atualmente em termos de cultura.

2.2.2 Suscitar no leitor o interesse pelas diversas manifestações culturais.

2.2.3 Incentivar o incremento da produção e consumo de bens culturais locais.

3 JUSTIFICATIVA

Segundo Gerald Sider (apud THOMPSON, 1998), os costumes estão intimamente ligados às realidades materiais e sociais da vida e do trabalho, além de cumprirem a função de exprimir os sentimentos e emoções coletivos dentro do domínio em que seus atores co-participam.

Dessa forma, percebendo a importância dos costumes e da cultura na manutenção da necessidade de ação coletiva e atentando para o aumento considerável, nos últimos anos, do número de pessoas consumidoras de cultura em São Luís como consequência da ampliação dos espaços e da diversificação dos tipos de espetáculos, a



Arte de Bolso surge no mercado na intenção de divulgar esses eventos, facilitando assim o acesso à arte local, e atrair o público-leitor para o espaço de produção artística de sentido, em resposta a essa nova demanda de consumo cultural.

3.1 Contextualização

É notável o crescimento das práticas culturais no Maranhão, assim como a maior disponibilização de espaços para estas práticas, como o teatro Arthur Azevedo, reaberto em 2005, o teatro João do Vale, inaugurado em 2001, a Praça Maria Aragão e o Centro de Criatividade Odílio Costa Filho. Estas mudanças, relativamente recentes, datam aproximadamente do período de 1995 para o presente momento.

Até as décadas de 20 e 30 do séc. XX, as manifestações populares maranhenses eram reprimidas pelas elites. O bumba-meu-boi, folguedo de maior popularidade atualmente na região, era, até então, fortemente reprimido pela polícia de São Luís e impedido de circular no centro da cidade. A partir de 1997, surgem os “Vivas”, espaços destinados à exibição das manifestações da cultura popular, por iniciativa do governo. Como consequência da criação destes espaços, temos o aparecimento de novos grupos folclóricos financiados pelo Estado.

Também em 1997, São Luís é elevada à condição de cidade “Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade”, por reunir o mais significativo acervo da arquitetura civil colonial da América Latina. Segundo AIRES (2007, p 148), “a noção de patrimônio é, sobretudo, uma atribuição de valor cultural”. Devido ao título recebido e ao PPRCH (Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís), conhecido como Projeto Praia Grande/Reviver e instituído em 1979, a capital do Maranhão acelera o seu desenvolvimento turístico.

Todos esses fatores colaboram para o desenvolvimento de um espaço propício às manifestações culturais, fomentam as práticas culturais e o consumo desses bens. Porém, mesmo com este desenvolvimento significativo na configuração cultural maranhense, grande parte da população não participa destas manifestações e produções culturais devido à pequena divulgação, que, geralmente, alcança apenas os próprios personagens que atuam nestes processos.

A percepção do nível de divulgação da cultura maranhense foi essencial para o trabalho. No Maranhão dificilmente são encontradas publicações com o referido tema, excetuando-se as produzidas pelo governo do Estado em épocas festivas. Foi através desta análise que optamos por uma revista simples: de leitura leve, com tipologia de fácil leitura,



matérias diversificadas e o formato diferenciado, para que seja uma ferramenta de baixo custo e essencial no bolso dos ludovicenses que buscam entretenimento e cultura.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No exemplar produzido, todo o processo de edição e diagramação foi realizado pelos integrantes do grupo, o que envolve atividades como a realização de entrevistas, redação de matérias, notas e seções, elaboração de pautas e busca por imagens, criação gráfica e editorial.

A revista será produzida por: um editor-chefe; um editor gráfico; três editores para as editorias Arte, dentro da qual se inscreve música, dança, exposições, teatro e cinema, Literatura e Gourmet; dois repórteres e quatro redatores para a editoria Arte, um repórter e dois redatores para a editoria Literatura, assim como para a editoria Gourmet, formando um total de quatro repórteres e oito redatores; dois fotógrafos e por fim, um jornalista-responsável.

A impressão da revista será terceirizada para uma gráfica especialista.

A produção e a impressão serão financiadas por contratos publicitários, por assinaturas de empresas e órgãos para distribuição posterior ao público e por apoios culturais. O periódico será distribuído através de convênios feitos com a Maratur (Empresa Maranhense de Turismo) e demais agências de turismo, com shopping, bares e restaurantes, hotéis, cinemas, locadoras de vídeo e carros, livrarias e papelarias, casas de cultura, centros comunitários, igrejas, clubes, estações rodoviárias, ferroviárias, aeroviárias e hidroviárias, além de faculdades e universidades de São Luís. A distribuição para esse órgão será terceirizada para uma empresa de entregas (moto táxi).

A divulgação da revista acontecerá através da autopromoção em eventos dos quais participe e da divulgação por outras mídias, em forma de apoio cultural.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Trata-se de uma mídia impressa, de periodicidade semanal, que se destina a pessoas envolvidas ou interessadas nos eventos culturais da cidade, como estudantes, turistas, grupos de cultura, enfim, apreciadores destas manifestações. Com base nisso, decidimos por uma tiragem inicial da revista de 2.000 exemplares.

Em nível de planejamento gráfico, a revista possui formato menor que o tradicional (formato 32), para que, como diz o nome desta publicação, seja transportada facilmente. Buscamos um planejamento simples, limpo e moderno. Exploramos os



espaços em branco e a psicodinâmica das cores para transmitir aos leitores as mais variadas sensações. O veículo é marcado pela policromia, sendo utilizadas cores intensas, tanto frias quanto quentes; outra particularidade com relação às cores é a utilização destas para a sinalização ou identificação de conteúdos na revista; outra idéia é que o branco de fundo seja explorado para que o contraste com os demais elementos constitua-se de forma a facilitar a leitura e torná-la agradável, além de permitir ousar nas ilustrações e cores, o que favorecerá a idéia de contemporaneidade, pretendida. Dessa forma, determinamos: como padrão de colunagem, uma coluna fixa; para as fontes, a família da fonte sem serifa “Tahoma”, empregada para o texto, intertítulo, sutiã etc.; e fonte decorativa à escolha do editor, para os títulos. As ilustrações, que poderão ou não ser fotos, variarão suas formas conforme a proposta do editor para a matéria. O tipo de papel utilizado na revista será o couchê, sendo este fosco no interior da publicação.

A segmentação da Arte de Bolso foi elaborada levando-se em conta as diferentes manifestações culturais. Desta maneira, teremos editorias com sessões móveis sobre música, dança, teatro, exposições de pintura/escultura/artesanato; e sessões fixas, como agenda cultural e entrevistas com artistas locais. As entrevistas têm papel fundamental neste veículo, pois viabilizam maior divulgação do artista e do seu trabalho. A agenda cultural encontrada no centro da publicação, de forma a possibilitar ao público-leitor o destaque da página, reforça o papel de divulgação das manifestações culturais e incentiva o comparecimento e participação deste público-leitor. Idealizando uma leitura agradável, concordamos que o veículo trabalhe com textos concisos, através de reportagens leves e dinâmicas. Espetáculos de música, de dança, exposições de artes plásticas etc. promovidos em São Luís serão tratadas de maneira que o leitor não apenas se interesse em ir ao espetáculo, mas em vivenciá-los no seu dia-a-dia.

6 CONSIDERAÇÕES

No Maranhão, a freqüência aos espaços de produções culturais, populares ou eruditas, ainda fica restrita aos agentes ou grupos que participam ativamente deste processo de produção. Apesar do surgimento de novos espaços culturais disponíveis, grande parte da população maranhense só se envolve em manifestações culturais nas festas juninas, muito populares na região.

Analisando a relevância destas produções no que diz respeito às expressões populares, inclusive aquelas não veiculadas na mídia, idealizamos um periódico que facilite a disseminação destas expressões e envolva o público-alvo no seio das produções



artísticas e culturais. Facilitar a disseminação destas expressões não significa, aqui, transformar os produtos simbólicos em produtos comerciais. O jornalismo cultural a que a revista se propõe “pode ser caracterizado como um gênero noticioso, cuja natureza discursiva privilegia a crítica, o julgamento, a valorização artística e estética” (MARQUES, 2005, p. 4).

REFERÊNCIAS

AIRES, Elaine. Interesses políticos na cena do patrimônio histórico cultural: o caso de São Luís, “Patrimônio da Humanidade”. **Revista Outros Tempos**. Vol. 1 esp., 2007. p. 146-166.

BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo magazine: O texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 1982.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1978.

MARQUES, Francisca Ester de Sá. **Jornalismo cultural: da memória ao conhecimento**. São Luís, Edufma, 2005.

MARQUES, Francisca Ester Sá. **Interpretação de produtos culturais: contributos de uma abordagem etnometodológica aos estudos de comunicação**. Visitado em: 21/12/07. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/marques-ester-abordagem-etnometodo.html>

SILVA, Assir Alves da. **A cultura maranhense no séc. XX**. Visitado em 21/12/07. Disponível em: http://www.cefet-ma.br/publicacoes/artigos/revista13.7.2/Cap_XIX.pdf

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis.